

Jacek Makowski

Zur Multiplizierung in der politischen Sprachmanipulation

Acta Universitatis Lodzianis. Folia Germanica 5, 3-15

2009

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*Jacek Makowski**

ZUR MULTIPLIZIERUNG IN DER POLITISCHEN SPRACHMANIPULATION

Gegenstand des vorliegenden Artikels ist die Auseinandersetzung mit einer der innerhalb des politischen Sprachhandelns am meisten eingesetzten Technik der Überredung bzw. Manipulation. Gemeint ist das Verfahren der Wiederholung, in dessen Rahmen innerhalb einer oder auch mehrerer Sprachhandlungen bestimmte Lexeme, Phrasen, Komponenten oder aber auch gesamte Motive multipliziert werden, was auf das Erreichen der gewünschten, dem Redner bzw. Agitator genehmen Wirkung abzielt. Ausgehend von einem kurzen Überblick über das Wesen der Propaganda, dessen fester Bestandteil eben die Multiplizierung ist, werden anhand von ausgewählten Beispielen aus der Zeit der nationalsozialistischen Propaganda sowie der DDR-Propaganda gewisse Facetten des Verfahrens der Wiederholung genauer erläutert.

Das Wort *Propaganda* entstammt ursprünglich aus dem kirchlichen Bereich. Der Begriff *Propaganda* wird zunächst gebräuchlich, indem er sich als Kurzform für die 1622 von Papst Gregor XV. in Rom gegründete kirchliche Institution (*Sancta Congregatio de Propaganda Fide* – (*Heilige Gesellschaft zur Verbreitung des Glaubens* – herauslöst (Schmitz-Berning 1998, S. 475ff.). Im Deutschen wird zwischen 1840–1850 ein deutlicher Wandel im Gebrauch des Ausdrucks erstmals erkennbar, wo der Begriff nicht mehr als Bezeichnung für eine Institution oder Gruppierung, sondern für das Propagieren selbst verwendet wird (Schmitz-Berning 1998, S. 475ff.). Das dem Wort zugrunde liegende lateinische Verb *propagare* (‘weiter ausbreiten’, ‘ausdehnen’) setzt sich im deutschen *propagieren* (*Propaganda machen, für etwas werben, etwas verbreiten*) fort (Duden 1989a, S. 553). *Duden Universalwörterbuch* versteht unter Propaganda eine „systematische Verbreitung politischer, weltanschaulicher oder ähnlicher Ideen und Meinungen mit dem Ziel, das allgemeine Bewusstsein in bestimmter Weise zu beeinflussen“ (Duden, 1989b, S. 1187). Nach Król bedeutet *Propaganda* eine absichtliche

* Dr. Jacek Makowski, Lehrstuhl für deutsche und angewandte Sprachwissenschaft, Universität Łódź.

– informative, persuasive und rituelle – Beeinflussung einer Menschengemeinschaft mit dem Zweck, gewünschte politische, sozial-wirtschaftliche oder kulturelle Effekte zu erzielen. Beabsichtigt ist die Herausbildung einer positiven bzw. auch negativen psychischen Disposition des Empfängers, die in dessen Verhaltensweisen und Haltungen widerspiegelt wird (Król 1999, S. 7). In diesem Zusammenhang ist zwischen *Propaganda* und *Agitation* sowie *Propaganda* und *Indoktrination* zu unterscheiden. Während die erstere eine programm- und organisationsmäßig einfachere Form der Propaganda ist und auf emotionelle und kurzfristige Wirkung abzielt, beabsichtigt die Indoktrination die Herausbildung anhaltender Veränderungen in den Haltungen und dem Bewusstsein der Gesellschaft unter Zuhilfenahme solcher Einrichtungen wie dem Schulwesen, Militär, Monoparteien und Massenorganisationen (Król 1999, S. 7). Nach Gliwiński, Markowicz, Weigt (1993/1994, S. 153) beinhaltet das Wort *Propaganda* zum einen politische Überredungshandlungen, ferner unehrliche Überredungshandlungen, was auch eine starke manipulative Komponente der Propaganda impliziert, da das unehrliche, versteckte, und für den Empfänger meist ungünstige Ziel der Überredung, bzw. Persuasion als eine der Grundeigenschaften der Manipulation gilt.¹

Einen politischen Kontext erhält der Begriff erstmals im Zusammenhang mit der psychologischen Kriegsführung des Ersten Weltkrieges, dieser Kontext wird anschließend in der Weimarer Republik gefestigt, um seinen Höhepunkt in der Zeit der nationalsozialistischen Herrschaft zu erreichen. Die von Adolf Hitler in dem Kapitel *Kriegspropaganda* von *Mein Kampf* ausführlich behandelten Propagandamaximen greifen an vielen Stellen besonders in den Grundprinzipien auf seine Auseinandersetzungen mit sozialistisch-marxistischen Organisationen zeit der Weimarer Republik, vor allem aber auf die Erfahrungen mit der Kriegspropaganda des Ersten Weltkrieges zurück, was Hitler (1926, S. 185) nicht selten in *Mein Kampf* manifestiert: „An dieser feindlichen Kriegspropaganda habe auch ich unendlich gelernt.“ An vielen Stellen äußert er dagegen Kritik gegenüber einer unzureichenden, schwachen und unwirksamen deutschen Kriegspropaganda.

Nach Madajczyk (1970, S. 109) ließe sich das Phänomen der NS-Propaganda auf drei Grundprinzipien zurückführen: vereinfachen, auf Emotionen einwirken und ständig wiederholen. Diese im Umfang relativ lapidare Charakteristik einer der früheren Auseinandersetzung mit der NS-Propaganda weist jedoch auf deren wesentlichsten Eigenschaften hin. Sie beinhaltet Informationen in Bezug auf das Niveau sowie zwei ausgesprochen wichtige manipulatorische Verfahren – nämlich zum einen die Zielscheibe der Propa-

¹ Zum Wesen der Phänomene *Manipulation* und *Persuasion* vergleiche u.a. Puzynina (1992, 1997), Grzywa (1997) und Bralczyk (2000).

ganda, die von dem Verstand des Rezipienten auf seine Gefühlssphäre, auf seine Emotionen verlegt wird, zum anderen die Redundanz der Propaganda, ergo das ständige Wiederholen bestimmter Inhalte.

In Bezug auf die Redundanz der Propaganda führt Król (1999, S. 87) die Worte eines nationalsozialistischen Propagandatheoretikers an, nach dem die agitatorische Aufgabe des Propagandaapparates nur zu einem geringen Maße darauf beruhe, „in Vielfältigkeit zu schillern.“ Es handle sich eher darum, einige wesentliche politische Gedanken zu präsentieren, um diese den Rezipienten aufzuzwingen und in dessen Köpfe in Hunderten von Variationen einzuhämmern, und das mit einer beharrlichen Konsequenz (Król 1999, S. 87, Anm. 341, S. 122). In der Tat scheint diese Eigenschaft der ständigen Wiederholung bestimmter Doktrinen eine Eigenschaft zu sein, die das Wesen der NS-Propaganda über weite Strecken prägt:

- (1) Auch hier war das Beispiel der feindlichen Kriegspropaganda vorbildlich. Auf **wenige Gesichtspunkte** war sie beschränkt, **ausschließlich berechnet auf die Masse**, und mit **unermüdlicher Beharrlichkeit** wurde sie betrieben. Während des ganzen Krieges wurden die einmal als richtig erkannten Grundgedanken und Ausführungsformen angewendet, ohne dass auch nur die geringste Änderung jemals vorgenommen worden wäre. Sie war im Anfang scheinbar verrückt in der Frechheit ihrer Behauptungen, wurde später unangenehm und ward endlich **geglaubt** (Hitler 1926, S. 195f.).

In dieser Äußerung spricht Hitler einen fundamentalen Grundsatz und die wohl charakteristischste Eigenschaft der Propaganda an. Die von Hitler angedeutete Konzentration auf *wenige Gesichtspunkte* und die *unermüdliche Beharrlichkeit* in deren Verbreitung beziehen sich auf eine Manipulationstechnik, die seit jeher als ein fundamentales Beeinflussungsmittel gilt – die unablässige Technik der Wiederholung (vgl. Makowski 2008, S. 80ff). Obzwar relativ simpel in ihrem Wesen, war und bleibt diese Technik eine der effektivsten auf dem Feld der Beeinflussung – nach Goebbels' Devise: man wiederhole eine Lüge tausendmal und sie würde zur Wahrheit werden:

- (2) Aber alle Genialität der Aufmachung der Propaganda wird zu keinem Erfolg führen, wenn nicht ein fundamentaler Grundsatz immer gleich scharf berücksichtigt wird: Sie hat sich auf wenig zu beschränken und dieses ewig zu wiederholen. Die Beharrlichkeit ist hier wie bei so vielem auf der Welt die erste und wichtigste Voraussetzung zum Erfolg (Hitler 1926, S. 194).

Diese Vorgehensweise ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass, so Klaus (1972, S. 42ff.), das „Denken der Menschen außerhalb ihres unmittelbaren beruflichen bzw. fachlichen Denkprozesses“ dazu neigen soll, „sich an Schematismen, an Stereotype zu halten. Besonders wirksam sind Stereotype,

die stark vereinfachende Antworten auf komplizierte Fragen geben.“ Zu der Auffassung von Klaus muss allerdings unbedingt hinzugefügt werden, dass das Schematisieren von Inhalten nicht nur darauf abzielte, die stereotype Denkweise der Rezipienten anzusprechen, sondern vielmehr auch darauf, einer bestimmten propagandistischen Aussage den Anspruch der absoluten Gültigkeit und mithin eines Dogmas angedeihen zu lassen, um somit auf weiterreichende Argumentation verzichten zu können und aufkommende Zweifel auszuschließen. Jener apodiktische Redestil, in dem etwas, was erst bewiesen werden müsste, bereits als offenbarte Wahrheit vorweggenommen wird, gilt als Markenzeichen der nationalsozialistischen Propaganda.

Neben dem schematisierten Inhalt spielen im Falle der Beeinflussung durch Wiederholung zwei weitere Kriterien eine Rolle – zum einen ist es die Intensität der Wiederholung und die „gleichmäßige Einheitlichkeit ihrer Anwendung“ (Hitler 1926, S. 194) – zum anderen ist es deren Dauer. Und obwohl man den zuvor angeführten Zitaten der Nazi-Theoretiker bezüglich der Beharrlichkeit kaum Mangel an Bildhaftigkeit nachsagen kann, so scheint doch der folgende Auszug aus Hitlers *Mein Kampf* diese bei Weitem zu übertreffen:

- (3) Die Aufnahmefähigkeit der großen Masse ist nur sehr beschränkt, das Verständnis klein, dafür jedoch die Vergesslichkeit groß. Aus diesen Tatsachen heraus hat sich jede wirkungsvolle Propaganda auf nur sehr wenige Punkte zu beschränken und diese schlagwortartig solange zu verwerten, bis auch bestimmt der Letzte unter einem solchen Worte das Gewollte sich vorzustellen vermag (Hitler 1926, S. 190).

Die Konzentration auf wenige Gesichtspunkte, die mit größter Beharrlichkeit, Konsequenz und Geduld betriebene immerwährende Wiederholung derselben bildet nach Hitler den Schlüssel zum Erfolg einer auf die Masse gerichteten Propaganda. Somit gehört auch das Verfahren der Wiederholung, bzw. Multiplizierung (Król 1999, S. 459–466), wohl zu den wichtigsten manipulativen Verfahren der NS-Propaganda und steht direkt im Zusammenhang mit der Beziehung zwischen Quantität und Qualität der übermittelten Inhalte. Während unter Quantität die Redundanz, also die Frequenz der Multiplizierung der gegebenen Elemente aufzufassen ist, versteht sich in diesem Zusammenhang unter Qualität „der Wahrheitsgrad“ der jeweiligen an den Rezipienten übermittelten Information. Die Tatsache, ob die jeweilige Aussage der Wahrheit entspricht oder nicht, spielt nicht selten eine nebensächliche Rolle, solange nur die Wiederholung jener Argumentation den Erfolg verspricht. In der Wiederholung wirksamer, jedoch nicht unbedingt wahrer Argumente sieht unter anderem Fritzsche das Grundprinzip jeder Propaganda (vgl. Fritzsche 1940, S. 44–45, 55–56, 87–88; Król 1999, S. 492). In Bezug

auf den NS-Propagandaapparat war es Goebbels' Devise der tausendmaligen Wiederholung, die die unbestrittene manipulatorische Wirkung des ständigen Wiederholens derselben Inhalte zum fundamentalen Grundprinzip der NS-Propaganda machte – „man wiederhole eine Lüge tausendmal, und sie würde zur Wahrheit werden.“ Diesbezüglich könnte also ein folgender Grundsatz formuliert werden, dass bestimmte Elemente zu manipulatorischen Zwecken einer immerwährenden Wiederholung unterliegen, und das um so mehr, je niedriger ihr Wahrheitsgehalt ist.

Verweisend auf die Abhandlung *The Fine Art of Propaganda* von Lee und McCullough (1939) weisen Gliwiński, Markowicz, Weigt (1993/1994) im Zusammenhang mit der DDR-Propaganda auf die sieben Grundzüge der Überredungstaktik. Demnach muss der Propagandaapparat unter anderem stereotype Ausdrücke bilden und verbreiten, ferner eigene Ziele mit den Begriffen von hohem gesellschaftlichem Prestige verbinden sowie in seinem sprachlichen Handeln das Wahre mit dem Falschen mischen. Die Redundanz geht in dieser Hinsicht mit der stereotypen Ausdrucksweise einher, die als der Gebrauch stets derselben sprachlichen Konstruktionen, ritualisierter, festgefahrener Strukturen innerhalb der Sprache zu verstehen ist. Die in diesem Zusammenhang angeführte stereotype Ausdrucksweise, die Ritualisierung des Geäußerten, ist zugleich auch eine der wesentlichsten Eigenschaften der Orwellschen Neusprache (Gliwiński, Markowicz, Weigt, 1993/1994, S. 155).

Der Konservatismus der Neusprache resultiert aus der Synthese widersprüchlicher pragmatischer und ritueller Faktoren, was zur Ausschließung des Verschleiß bestimmter sprachlicher Elemente führt. Die Pragmatik wird durch das Rituale eingeschränkt, das es verhindert, dass die Grenzen der in der gegebenen Situation geltenden Sprache überschritten werden. „Das Rituale der Propagandatexte wird vor allem dadurch deutlich, dass die für die Vermittlung gewisser Inhalte sprachliche Stereotype, Schablonen, erstarrte Sprachmuster einführen, die bei der Formulierung dieser Inhalte zur Pflicht werden. Dasselbe Muster wird endlos vervielfältigt, es werden bestimmte Sprachregeln respektiert, ohne die ist der von den Dezenten angestrebte Informationswert der Propagandatexte ohne Bedeutung. Man kann hier eine Analogie zu verschiedenen Zeremonien und liturgischen Texten finden, die von vornherein bestimmte Formulierungen enthalten.“ Ergo sind die Folgen des Rituals in den Propagandatexten „sich wiederholende Verbindungen von Wörtern, Etiketten, konventionellen Ausdrücken und politischen Phraseologismen“, die in anderen Textsorten eine andere Bedeutung haben.²

² Zu den Eigenschaften der Neusprache und des Rituals vergleiche: Gliwiński, Markowicz, Weigt (1993/1994), S. 155f.; Orwell (1979) sowie Brańczyk (1987), S. 49–52.

Bei Betrachtung der konkreten Beispiele für den Einsatz der Wiederholungstechnik ist festzustellen, dass die ständige Wiederholung bestimmter Motive durch die sprachliche Wiederaufnahme gewisser sprachlicher Einheiten begleitet wird. Jene Schablonen, bzw. erstarrte Sprachmuster erstrecken sich meist von einzelnen Wortverbindungen und Kollokationen, über kurze Phrasen bis hin zu ganzen Sätzen. Das nachfolgende Beispiel, in dem das NS-Schlagwort *deutsch* mehrfach multipliziert wird, belegt die unermüdliche Beharrlichkeit des Verfahrens der Multiplizierung der NS-Propaganda. Der im nachfolgenden Beispiel durch das Lexem *deutsch* vertretene Begriff des Deutschtums (im Sinne von Ariertum) wird in allen thematischen Bereichen als das positive Gegengewicht zu dem Judentum und eine ausdrücklich positive Eigenschaft hervorgehoben und gewinnt letzten Endes, quasi wie im Kampf *Gut gegen Böse*, die Oberhand:

- (4) „Ins Judenhaus gehn wir nicht!“
 Die Mutter zu dem Kinde spricht
 „Nur **deutsche** Waren kaufen wir
 Mein liebes Kind, das merke Dir
 Nur das, was **deutsche** Hand geschafft
 Durch **deutschen** Fleiß und **deutsche** Kraft
 Soll'n **deutsche** Frauen kaufen
 Drum wollen wir nur laufen
 Ins Haus der **deutsche** Waren
 Wo wir auch mehr ersparen
 Weil billig alles ist und echt
 Beim Juden aber kauft man schlecht
 Drum merke, was die Mutter spricht
 Beim Juden kauft man nicht!“
 (Fischer 1991, S. 42).
- (5) **Allmächtiger Gott**, **segne** dereinst unsere Waffen; sei so gerecht, wie du es immer warst; urteile jetzt, ob wir die Freiheit nun verdienen; **Herr**, **segne** unseren **Kampf!** (Hitler 1934, S. 715).

Die Multiplizierung geht nicht selten über die Ebene des Lexems hinaus, obwohl sich das eingesetzte Lexem häufig auf dasselbe Bezeichnete bezieht. Beispielsweise ist bei dem Missbrauch religiöser, kultischer und mystischer Elemente innerhalb des nationalsozialistischen Sprachgebrauchs der Gebrauch desselben Musters unter Verwendung von relativ geschlossenen Synonymreihen zu isolieren. Dies ist auf das Bestreben des NS-Propagandaapparates zurückzuführen, einerseits den Elementen der NS-Ideologie die Form des Dogmas zu verleihen, wie auch die nationalsozialistische Führung zu mythologisieren, an deren Spitze der gottgesandte Führer und Reichskanzler Adolf Hitler stand. Stets wird dabei mithilfe von verschiedenen Sprachzeichen auf die Tatsache hingewiesen, dass sowohl der Führer als auch sämtliche Elemen-

te der nationalsozialistischen Ideologie sich der Zustimmung und des Segens der über die Welt herrschenden Allmacht erfreuen. Bei der Zusammenstellung des angesprochenen Musters spielt die Auffassung des Gottesbildes eine Rolle, die einen Hintergrund für die Distribution und die Semantik solcher Bezeichnungen wie *Allmächtiger*, *Allmacht*, *Herr*, *Herrgott*, *Schöpfer*, *Vorsehung* und *Gott* bildet. In der nationalsozialistischen Sprachrealität wird um die Bedeutung einer *über die Welt herrschenden welterschöpfenden Allmacht* eine relativ geschlossene Gruppe von Ausdrücken gebündelt. Die Profanierung der jeweiligen Bestandteile dieser Gruppe zu propagandistischen Zwecken geschieht nicht ohne Veränderung deren Semantik, was auch auf die Tatsache zurückzuführen ist, dass sich in der Semantik und Distribution der jeweiligen Elemente das Verhältnis von Hitler zu dem katholischen Glauben manifestiert. Die angesprochene Synonymreihe rund um die Komponente *Gott* bildet einen der drei Pole des im Vorhergehenden genannten Musters. Die zwei weiteren Pole besetzt auf der einen Seite der Führer Adolf Hitler, auf der anderen Seite sämtliche Elemente der NS-Ideologie, für die stellvertretend das Lexem *Mission* (auch vertreten durch Sprachzeichen wie etwa *Kampf*, *Weg* oder *Aufgabe*) verwendet wurde (vgl. Makowski 2008, S. 200ff.):

- (6) Beide, [...] beide christlichen Konfessionen sehen dieser Entweihung und Zerstörung eines durch Gottes Gnade der Erde gegebenen edlen und einzigartigen Lebewesens gleichgültig zu. Für die Zukunft der Erde aber liegt die Bedeutung nicht darin, ob die Protestanten die Katholiken oder die Katholiken die Protestanten besiegen, sondern darin, ob der arische Mensch ihr erhalten bleibt oder ausstirbt. Dennoch kämpfen die beiden Konfessionen heute nicht etwa gegen den Vernichter dieses Menschen, sondern suchen sich selbst gegenseitig zu vernichten. Gerade der völkisch Eingestellte hätte die heilige Verpflichtung, jeder in seiner eigenen Konfession dafür zu sorgen, dass man nicht nur immer äußerlich von Gottes Willen redet, sondern auch tatsächlich Gottes Willen erfülle und Gottes Werk nicht schänden lasse. Den Gottes Wille gab den Menschen einst ihre Gestalt, Ihr Wesen und ihre Fähigkeiten. Wer sein Werk zerstört, sagt damit der Schöpfung des Herrn, dem göttlichen Willen, den Kampf an. Darum sei jeder tätig, und zwar jeder gefälligst in seiner Konfession, und jeder empfinde es als seine erste und heiligste Pflicht, Stellung gegen den zu nehmen, der in seinem Wirken, durch Reden oder Handeln aus dem Rahmen seiner eigenen Glaubensgemeinschaft heraustritt und in die andere hineinzustänkern versucht. Denn das Bekämpfen von Wesenseigenheiten einer Konfession innerhalb unserer einmal vorhandenen religiösen Spaltung führt in Deutschland zwangsläufig zu einem Vernichtungskrieg zwischen beiden Konfessionen (Hitler 1926, S. 630).
- (7) Den Kämpfer der SA beseelt unerschütterlicher Glaube an den Führer Adolf Hitler [...]. Im Glauben an den Führer findet der nationalsozialistische Kämpfer den Glauben an eine neue Idee. Es ist die Idee der Kraft und des Lebens, nach

göttlich-ewigem Gesetz bestimmt, den Sieg über Schwäche, Auflösung und Streben davonzutragen. [...] Dem SA-Mann kommt zum Bewußtsein, letzten Endes Kämpfer für die Verwirklichung eines göttlichen Lebenswillens für sein Volk zu sein. [...] So erhält Dienst und Kampf der SA ein letztes heiliges Motiv: [...] Glaube an den nach Gottes Willen gesandten Führer [...] Glaube an die Heiligkeit des Dienstes (E. Eckert, *Der Glaube in der SA*. In: *Völkischer Beobachter*, 27 Januar 1933, S. 8; zit. nach Schmitz-Berning 1998, S. 276).

Bei dem vorhergehenden Beispiel sind auch Multiplikationen festzustellen, die über die Ebenen eines einzelnen Lexems hinausgehen. Außer geheilter Staatsbegriffe wie *Führer*, *Dienst*, *Kampf*, *Kämpfer* über Lexeme religiöser Herkunft wie *Glaube* bis zu festgestarrten Phrasen und Motiven wie *gottgesandter Führer*, *Glaube an den Führer*, *Glaube an den Sieg*, *Glaube an die Heiligkeit des Dienstes*.

Auf ein am häufigsten verwendetes Wertungsmittel innerhalb der Sprache der DDR-Propaganda weisen Gliwiński, Markowicz, Weigt (1993/1994) hin. Hierbei handelt es sich um Adjektive, die mit den Bezugswörtern meistens erstarrte Formeln bilden, z.B. *bewehrte Politik*, *hohe Verantwortung*, *tiefe Wandlungen*, *brüderliche Freundschaft*, *entscheidende Impulse*, *hervorragende Ergebnisse*, *weitere Entwicklung des Sozialismus*. Typisch sind hier Adjektive mit superlativer Bedeutung wie *tiefgreifend*, *hoch*, *entscheidend*, *groß*, *hervorragend*, *wirksam*, *rasch* (Gliwiński, Markowicz, Weigt 1993/1994, S. 156). Eine analoge Vorgehensweise ist innerhalb der nationalsozialistischen Tarnsprache aufzuweisen. Um Niederlagen und Rückschläge zu verschleiern, wurde das sogenannte Vokabular des Rückzugs eingeführt, wobei das Wort Rückzug niemals auftaucht. Adjektive wie *planmäßig* oder *befehlsgemäß* werden in Verbindung mit *Frontverkürzung*, *Frontbegradigung*, *Absetzbewegung* oder *Ausweichbewegung* verwendet (Makowski 2008, S. 35ff.). Ferner ist im Zusammenhang mit dem Gebrauch der Adjektive auch auf die übermäßige Neigung zum Superlativ hinzuweisen, die innerhalb fester erstarrter Schablonen (*Wollt ihr den totalen Krieg?*) auftreten und weiter multipliziert werden:

(8) ...Die Engländer behaupten, das deutsche Volk habe den Glauben an den Sieg verloren.

Ich frage Euch: Glaubt Ihr mit dem Führer und mit uns an den endgültigen totalen Sieg der deutschen Waffen?

Ich frage Euch: Seid Ihr entschlossen, dem Führer in der Erkämpfung des Sieges durch dick und dünn und unter Aufnahme auch der schwersten persönlichen Belastungen zu folgen?

Zweitens: Die Engländer behaupten, das deutsche Volk sei des Kampfes müde. Ich frage Euch: Seid Ihr bereit, mit dem Führer als Phalanx der Heimat hinter der kämpfenden Wehrmacht stehend diesen Kampf mit wilder Entschlossenheit

und unbeirrt durch alle Schicksalsfügungen fortzusetzen, bis der Sieg in unseren Händen ist?

Drittens: Die Engländer behaupten, das deutsche Volk hat keine Lust mehr, sich der überhand nehmenden Kriegsarbeit, die die Regierung von ihm fordert, zu unterziehen.

Ich frage Euch, Soldaten, Arbeiter und Arbeiterinnen: Seid Ihr und ist das deutsche Volk entschlossen, wenn der Führer es einmal in der Notzeit befehlen sollte, zehn, zwölf, wenn nötig vierzehn und sechzehn Stunden täglich zu arbeiten und das Letzte für den Sieg herzugeben?

Viertens: Die Engländer behaupten, das deutsche Volk wehrt sich gegen die totalen Kriegsmaßnahmen der Regierung. Es will nicht den totalen Krieg, sagen die Engländer, sondern die Kapitulation. (Zurufe: Niemals! Niemals! Niemals!) Ich frage Euch: Wollt Ihr den totalen Krieg? Wollt Ihr ihn wenn nötig totaler und radikaler, als wir ihn uns heute überhaupt noch vorstellen können? (J. Goebbels, *Rede im Sportpalast. 18 Februar 1943*. In: Deutsches Historisches Museum 2008).

Innerhalb der zitierten Rede von Goebbels fungieren multiplizierte Elemente als eine Art ritualisierende Komponente. Wie oft bei den Auftritten von Hitler oder Goebbels ist die Rede auf eine Weise strukturiert, wo sich der Redner durch einzelne Stationen bis hin zum Kulminationspunkt hineinsteigert. Im gegebenen Fall sind die multiplizierten Elemente Bestandteile eines mehrfach verwendeten argumentativen Schemas. Die Komponenten *Die Engländer behaupten* und das darauf folgende *Ich frage euch* leiten eine Art Schlagaustausch ein, in dem unpopuläre Parolen angeblich britischer Herkunft durch demagogische Aufrufe des Redners unter Verwendung festgefahrener ideologischer Parolen außer Kraft gesetzt werden.

Das Multiplizieren bestimmter Einheiten betrifft auf der Inhaltsseite ein relativ breites Spektrum an Argumenten, Stereotypen, Motiven und Dogmen, die zum Großteil in der Ideologie fußen, wie unter anderem der *totale Krieg*, *Arbeit* und *Fleiß*, die Darstellung des Führers als einen ‚gottgesandten‘ Retter und Erlöser, sowie den aus dem Bereich der Rassenlehre stammenden Katalog „typisch jüdischer“ Eigenschaften, oder etwa in der DDR-Propaganda die *bewährte Politik* oder die sich *vollziehenden, tiefgreifenden Veränderungen* (Gliwiński, Markowicz, Weigt 1993/1994, S. 156).

Betrachtet man beispielsweise das genannte Motiv jüdischer Kaufleute, so werden diese mit einer Anzahl negativer Eigenschaften beladen und ständig wiederholt. Die von Juden verkauften Waren werden meist mit den Attributen *billig*, *schmutzig*, *schlimm* oder *schlecht* versehen. Oft werden Verben mit negativer Konnotation wie *betrügen*, *lügen*, *schleichen* benutzt, der Jude selbst wird meist als *Betrüger*, *Schuft*, *Wicht*, *Mörder*, *Teufel*, *Hängemaul* bezeichnet, die negative Aussagekraft dieser Nomen wird oft

durch attribuerende Adjektive verstärkt: *schlau, listig, böse, dick, entsetzlich, schmutzig* (auch im Sinne von *unanständig, unverschämt*). In dieser semantischen Form werden diese Motive und Eigenschaften einer Multiplizierung unterzogen, wie beispielsweise in dem Lesebuch von Elvira Bauer (vgl. Fischer 1991), wo sie zwecks Intensivierung und Veranschaulichung durch den Gebrauch einer Tiergestalt übermittelt werden:

- (9) Drum hört ihr Leute weit und breit.
 Trau keinem Fuchs auf grüner Heid
 Und keinem Jud bei seinem Eid
 [...]
 Der Jud schleicht wie ein Fuchs herum,
 Drum schaut euch um!
 [...]
 ...Was uns am Juden so mißfällt,
 Ist seine schlimme Gier nach Geld.
 Stets ist er nur darauf bedacht,
 Wie man ein gut Geschäftchen macht...

 ...Ein Kaufhaus er sein Eigen nennt,
 Den bill'gen Tand ein jeder kennt,
 Den er darin verkauft,
 Der kein' Schuss Pulver tauget.

 ...Er wollt' nicht schaffen, nur betrügen,
 Mit Note 1 lernt er das Lügen...

 ...Ein schmutz'ger Mann Herr Isaak ist.
 Verkauft statt Fleisch 'nen halben Mist...

 ...Oh pfui! So schmutz'ge Sachen
 Kann nur ein Jude machen!...
 (Fischer 1991, S. 20ff.).

Als Beispiel für ein weiteres mehrfach multipliziertes Motiv ist der Versuch der Darstellung des Führers Adolf Hitlers als eine Art gottgesandte Figur, welche als ein *Retter, Bezwinger der allgemeinherrschenden Not* bzw. *Erlöser* unter das Volk steigt. In allen diesen Fällen wird der Begriff *Führer* mit einer Vielzahl von Sprachzeichen gleichgestellt, die jeweils die Assoziation mit einem religiösen bzw. kultischen Motiv hervorrufen und häufig selber durch zusätzliche religiöse Elemente in ihrer Aussagekraft intensiviert werden: *Erlöser, Retter der Welt, Löser, der die Macht bezwang, der kommende Messias, der große Heilende*. Unter Verwendung verschiedener Lexeme bzw. Symbole und Motive wird somit dasselbe Motiv von Adolf Hitler als *Erlöser* weiter verarbeitet und multipliziert. Im nachstehenden Zitat wird beispiels-

weise dem Ringen Hitlers um die Macht durch Einspannung der Inhalte in dualistische Symbolik von Nacht und Licht die Aura apokalyptischen Geschehens verliehen:

- (10) Da kam die Nacht. Der Eine stand und rang.
Und Blut entfloß den Augen, die im Schauen
Erstarben vor dem fürchterlichen Grauen,
Das aus den Talen zu dem Gipfel drang.

Notschrei fuhr auf und brach sich grell und bang.
Verzweiflung griff mit letzter Hand ins Leere.
Er aufgebäumt, erzitternd vor der Schwere. –
Bis der Befehl ihn in die Knie zwang.

Doch als er aufstand fuhr der Feuerschein
Des Auserwählten um sein Haupt. Und niedersteigend
Trug er die Fackel in die Nacht hinein.

Die Millionen beugten sich ihm schweigend.
Erlöst. Der Himmel flammte morgenbleich.
Die Sonne wuchs. Und mit ihr wuchs das Reich
(Schumann 1936, S. 20).

Zwecks Intensivierung der übernatürlichen Komponente dieses Motives wird häufig in diesem Zusammenhang den Rückgriff auf ein relativ breites Wortfeld der Feuer- bzw. Lichtsymbolik realisiert, indem Bestandteile dieses Wortfeldes wiederum einer intensiven Multiplikation unterliegen:

- (11) In Gold und Scharlach, feierlich mit Schweigen,
ziehn die Standarten vor dem Führer auf.
Wer will das Haupt nicht überwältigt neigen?
Wer hebt den Blick nicht voll Vertrauen auf?
Ist dieser Dom, erbaut aus klarem Feuer,
nicht mehr als eine Burg aus Stahl und Stein...?
(Auszug aus einem *Choral* von Ina Seidel, siehe Orłowski 1979, S. 195)

- (12) Deutschland stürzte. – Einer stand,
Groß, klar, licht.
Fackel war er. Glutender Brand.
Schwert. Zorn. Gericht
(vgl. Orłowski 1979, S. 195).

Es liegt wohl auf der Hand, dass die Wiederholung als eine bewährte und effiziente Technik der Persuasion bzw. auch Manipulation einen festen Platz in der Palette eingesetzter sprachlicher Überredungs- bzw.

Manipulationsverfahren im Rahmen der politischen Sprachhandlung einnimmt. Insbesondere im Fall totalitärer Systeme wie der nationalsozialistischen Herrschaft oder der DDR ist die ständige unermüdete und beharrliche Vervielfachung bestimmter ideologischer Ideen, regimегenehmer Parolen oder schlicht in Form von festgefahrener Floskeln getarnter Lügen und Halbwahrheiten besonders prägnant. Allerdings liegt der größte Nachteil der Wiederholungstechnik als Mittel der Persuasion und Manipulation in der Tatsache, dass bei einer fortwährenden Wiederaufnahme und Verwendung stets eines und desselben Inputs dessen Wirkung allmählich immer schwächer wird. Auf diese Gefahr des Abstumpfens bestimmter Inhalte und das als Folge dessen eintretende Nachlassen der propagandistischen und manipulativen Wirkung solcher Inputs weist Klaus (1972) im Kontext der allgemeinen Rolle der Wiederholung im Bereich der Agitation hin, indem er die Tatsache unterstreicht, dass der Empfänger nicht nur Bekanntes hören, sondern auch Neues aufnehmen und dabei an Bekanntes anknüpfen will. Daher sei die Wiederholung zwar ein wichtiger Gesichtspunkt der Agitation, allerdings weist Klaus auf die Existenz eines „Sättigungspunkts“ hin. Überschreite man diesen, so würde die Wiederholung unerträglich und besitze nur noch den Charakter von Banalitäten (Klaus 1972, S. 46f.).

Obwohl durchaus anzunehmen ist, dass sich Propagandamacher und Demagogen über die potentiellen Gefahren einer übertriebenen Anwendung der Wiederholungstechnik durchaus im Klaren sind, so wird unter anderem am Beispiel der nationalsozialistischen Propaganda deutlich, dass die zahlreichen Anordnungen zu einem geschickten und abwechslungsreichen Umgang mit dem Verfahren der Multiplizierung sowie dem Meiden einer zu einseitigen Darstellung kaum verhindern konnten, was letzten Endes unvermeidlich war. In der Praxis blieb die immerwährende Wiederholung derselben Parolen und Argumente zeit ihrer Dauer das Markenzeichen der nationalsozialistischen Propaganda, in der stets mit größter Beharrlichkeit das Prinzip *Nachhaltigkeit durch Multiplizierung* realisiert wurde, wodurch allerdings die Resultate dieser Bestrebungen des Propagandaapparates auf sprachlicher Ebene an vielen Stellen gerade von dieser Einseitigkeit und Monotonie der Wiederholung geprägt sind.

LITERATURVERZEICHNIS

- Bralczyk J. (2000), *Manipulacja językowa*. In: Bauer Z., Chudziński E. (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków.
- Deutsches Historisches Museum (2008), www.dhm.de/lemo/html/dokumente/sportpalastrede/index.html
- Duden* (1989a), *Das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache*, Bd. 7, Mannheim.
- Duden* (1989b), *Universalwörterbuch*, Mannheim.

- Fischer H. (1991), *Der braune Haß. Das Bilderbuch „Trau keinem Fuchs auf grüner Heid und keinem Jud bei seinem Eid“ von Elvira Bauer*, Essen.
- Fritzsche H. (1940), *Krieg den Kriegshetzern. Politische Zeitungs- und Rundfunkschau*, Berlin.
- Gliwiński T., Markowicz J., Weigt Z. (1993/1994), *Politische Wende! – Sprachliche Wende? Analyse ausgewählter Texte aus der Zeitung Neues Deutschland; zeitliche Zäsur Oktober 1989*. In: *Kwartalnik Neofilologiczny*, t. 40, z. 3, S. 153–165.
- Grzywa A. (1997), *Manipulacja. Mechanizmy psychologiczne*, Kraśnik.
- Hitler A. (1926), *Mein Kampf*, 2. Aufl. München.
- Hitler A. (1934), *Mein Kampf*, München.
- Klaus G. (1968), *Die Macht des Wortes. Ein erkenntnistheoretisch-pragmatisches Traktat*, 4. Aufl. Berlin.
- Klaus G. (1972), *Sprache und Politik*, Berlin.
- Król E. C. (1999), *Propaganda i indoktrynacja narodowego socjalizmu w Niemczech 1919–1945*, Warszawa.
- Madajczyk Cz. (1970), *Polityka III Rzeszy w okupowanej Polsce*, t. 2, Warszawa.
- Makowski J. (2008), *Manipulierte Sprache. Religiöser, kultischer und mystischer Wortschatz in der Sprache des Nationalsozialismus*, Łódź.
- McClung Lee A., Lee E. (1939), *Fine Art of Propaganda: A Study of Father Coughlin's Speech*, New York.
- Orłowski H. (1979), *Literatura w III Rzeszy*, Poznań.
- Orwell G. (1979), *Rok 1984. Aneks: Zasady nowomowy*, Warszawa.
- Puzynina J. (1992), *Język wartości*, Warszawa 1992.
- Puzynina J. (1997), *Słowo – wartość – kultura*, Lublin 1997.
- Schmitz-Berning C. (1998), *Vokabular der Nationalsozialisten*, Berlin.
- Schumann G. (1936), *Die Lieder vom Reich*, München.

Jacek Makowski

MUPLIKACJA W POLITYCZNEJ MANIPULACJI JĘZYKOWEJ

(Streszczenie)

Wychodząc od pojęcia i cech propagandy, autor omawia technikę multiplikacji, stosowaną w manipulacji językowej, mającej miejsce w języku polityki i propagandy. Jednocześnie zwraca uwagę na różne płaszczyzny i aspekty multiplikacji, od powtarzania poszczególnych leksemów, przez ustandaryzowane i utrwalone stałe schematy i kolokacje, rytualizację, polityczne frazeologizmy, aż po multiplikację całych motywów w oparciu o pola synonimiczne.